

Vedtak Sak 27 2017 Citycon Herkules – Barnas Matdag

1. Hva er MFU

MFU er mat og drikkevarebransjens egen selvreguleringsordning for å håndheve retningslinjer for markedsføring av visse typer mat og drikke rettet mot barn og unge. Formålet med retningslinjene er å supplere og utdype eksisterende lovverk og bidra til en god og ansvarlig markedsføringspraksis. Retningslinjene skal bevisstgjøre de næringsdrivende i handel, industri og importvirksomhet på de utfordringer som ligger i markedsføring av mat og drikke overfor barn og unge, og på denne måten bidra til at barn og unge skjermes mot uheldig markedspåvirkning. Retningslinjene i sin helhet og omtale av ordningen med de produktene som omfattes kan leses her <http://www.mfu.as>

2. MFU klage på produkt:



Matbransjens Faglige Utvalg
c/o ANFO
Arbins Gate 2
0253 OSLO

Deres ref.

Vår ref.
17/27703-1

Dato
17.10.2017

Klage til Matbransjens Faglige Utvalg, Herkules kjøpesenter

Skien kommune reagerer på, og ønsker å klage inn, Herkules kjøpesenter sin markedsføring av «Barnas Matdag», i henhold til retningslinjer fra Matbransjens Faglige Utvalg.

Over to hele sider i flere lokalaviser (Telemarksavisa og Varden), både i papirutgavene og nettavisene, markedsføres «Matdager» på senteret. Store deler av den ene siden er forbeholdt «Barnas Matdag». Som ernæringsrådgiver er jeg svært glad når private aktører ønsker å skape matglede hos barn og unge, men problemet er at ingen ting av det som markedsføres kan karakteriseres som mat. Her lokkes barna til kjøpesenteret med sjokoladefontene, popcorn, glaserte epler, «snow glow» og sukkerspinn. Samtlige tilbud er markedsført med bilder av smilende barn som koser seg med produktene som tilbys. Videre inviteres man inn til senterets hjemmesider, der dette også er markedsført i stor grad. Aktivitetene var riktignok gratis for barna, men helt klart ment å lokke barn, med foreldre til kjøpesenteret for å legge igjen penger i butikkene.

Vi reagerer på at et arrangement som tilbyr disse produktene kalles «matdager», dette har ingen ting med mat å gjøre, her er det kun næringsfattige sukkerbomber som tilbys. Videre reagerer vi på at markedsføringen helt klart er rettet mot barn under 13 år, og dermed i strid med retningslinjer fra Matbransjens Faglige Utvalg.

Markedsføringen som her gjøres bidrar ikke til et balansert og variert kosthold, eller fremmer salg av sunne produkter, slik retningslinjenes formål sier (retningslinjenes punkt 1). Her er det ensidig fokus på usunne, sukkerholdige og næringsfattige produkter, og kun dette. I et fylke som Telemark er det enkelt å skape matdager for barna med spennende, lokalproduserte og langt sunnere produkter, men kjøpesenteret har her valgt et helt annet fokus.

Samtlige produkter som markedsføres er på produktlisten til Matvarebransjens Faglige Utvalg, og markedsføres her helt klart som et salgsfremmende tiltak (retningslinjenes punkt 2).

Det er ingen tvil om at de produktene som markedsføres er nøye valgt ut for å appellere til barn. Måten produktene serveres på appellerer til barn, det er produkter som primært konsumeres av barn, og det fristes med egen kokkelue og forkle, som en gratis gave, til de første 150 barna som møter opp (retningslinjenes punkt 5 a). Det er også benyttet et barnlig språk, for eksempel i valg av navn på produktene, «snow glow», og barn medvirker også i markedsføringen (retningslinjenes punkt 5c).



Matbransjens
Faglige Utvalg

Vi ønsker med dette å rette en klage til Matbransjens Faglige Utvalg, og avventer tilbakemelding fra dere. Ta gjerne kontakt med undertegnede ved behov for flere opplysninger.

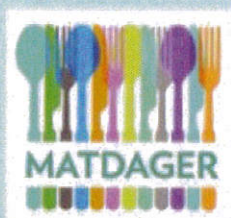
Med hilsen

Cathrine Bogen Heitmann
Ernæringsrådgiver
Tlf: 95 94 61 48
Epost: cathrinebogen.heitmann@skien.kommune.no

Brevet er godkjent elektronisk.



VEDLEGG



Nå koker det på
HERKULES
5.-7. OKTOBER



**Cremabilen
kommer!**

Serverer smaksprøver
på nykvemet kaffe.
Vinn 1 kilo kaffe!

DET SKJER MASSE PÅ HERKULES DENNE HELGEN

TORS DAG KL. 11-17:

KITCH'N og Nespresso demonstrerer kaffemaskiner.

SUNKOST serverer sunne alternativer.

SPORTSNUTRITION gir ut smaksprøver av barer og drikker.

FEEL Våre 50 første kunder får smoothie servert i et gratis Maren-glass.

Salg av **SPEKEPØLSER** på egen stand.

TINE demonstrerer deilig toast.

MR WOK deler ut smaksprøver på sushi på stand.

MEEN GÅRD Griller mais, grillspyd og vårruller ute ved McDonalds.

Salg av grønnsaker og poteter m.m.
Torsdag og fredag.

FREDAG KL. 11-17:

EPLEHUSET viser frem app-styrt kaffemaskin, vannkoker, urtepotte og oppskriftsbøker.

HERKULES KAFÉ og **GILDE** lanserer nyheten **PIGWINGS**. Må smakes!



LØRDAG KL. 12-16:

KITCH'N og Nespresso demonstrerer et utvalg av sine maskiner.

ELKJØP får besøk av Elektrolux som har demo og smaksprøver. Gode tilbud!

NOTABENE Merethe Junker kommer og signerer boken Vannmannen kl. 13.

HERKULES ZOO Gir gratis tygg/godbiter til hund/katt ved kjøp av mat alle dager.

Prøv nyheten **chocobab** på egen stand!

TORS DAG, FREDAG KL. 11-17
OG LØRDAG KL. 12-16:

MENY fyller butikken med spennende leverandører, og serverer smaksprøver fra sitt eget kjøkken.

KLOSTERSTUA i samarbeid med Bama har stand og deler ut smaksprøver på Klosterstuas hjemmeslagde supper.

SKOUSEN byr på nystekte boller og kaffe/soft.

FEEL serverer spennende smaksprøver.

CLAS OHLSON har demonstrasjon på SodaStream på utsiden av butikken.

FATTIGMANN deler ut smaksprøver på hjemmelaget pizza på egen stand.

LEIV VIDAR griller pølser med tilbehør ute ved McDonalds.

EMPANADAS har salgsstand og demonstrasjon av av Spansk og Latin-Amerikansk inspirert mat.

JERNIA har demonstrasjon av Cacas-produkter og pynter muffins, m.m.

BARNAS MATDAG LØRDAG KL. 12-16 De første 150 barna får utdelt kokkelue og forkle!



SJOKOLADEFONTENE



POPCORN



GLASERTE EPLER



SNOW GLOW



SUKKERSPINN

LES MER OM PROGRAM OG KONKURRANSER PÅ VÅR HJEMMESIDE!



Matbransjens
Faglige Utvalg

3. Tilsvar fra Citycon Herkules



Matbransjens Faglige Utvalg
Viser til klage fra Skien kommune via MFU.

Vi ser absolutt ettersom nå når dere påpeker dette at spesielt lørdags- aktiviteten rettet mot barn ble uheldig fremstilt.

Vi så det absolutt ikke på denne måten selv, og er veldig glad og takknemlig for at dere setter fokus på dette og minner oss på.

Det ble inviterte til matdager hvor spisestedene på senteret promoterte sine spesialiteter ute i fellesarealene samt at vi fikk mange gode leverandører fra Meny til å være både ute på senteret og inne på Meny.

Lørdag skulle være barnas dag og vi kjøpte en pakke med masse forskjellig til barn. Ser at de fleste aktivitetene som er avbildet her handlet om usunne ting, selv om flere av aktivitetene inneholdt frukt.

Vi skal ta dette til etterretning og påse at dette ikke skjer igjen. Vi er også opptatt av å skape et mer balansert, sunt og bærekraftig innhold.

Takk for konstruktiv tilbakemelding, og for at dere setter fokus på dette!

Vennlig hilsen

Nina Merete Eriksen
Lena Elisabeth Bårdsteh

Lena Elisabeth Bårdsteh
Senterleder
www.herkulescenter.no

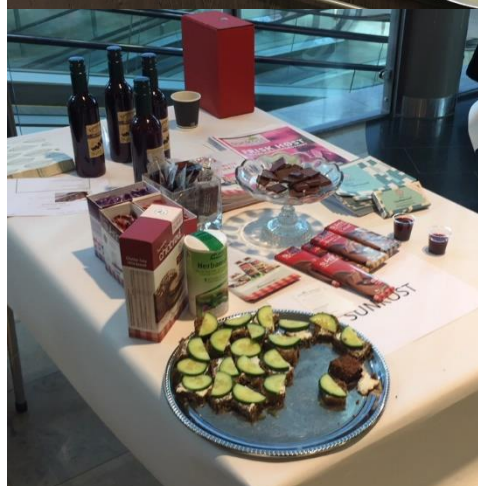
Nina Merete Eriksen
Markedskoordinator **Herkules senter** 30 /



UKE 40








**VINN MENY-
KOKKEN**

HJEM TIL DEG!

Pål serverer 4 retters
middag til deg og
familien.
(inntil 6 pers.)

GJETT VERDIEN

VINN INNHOLDET





De avbildede aktivitetene for barn vi snakker om er det ingen av butikkene eller spisestedene som har til daglig. Dette er aktivitetene vi i senterledelsen valgte å kjøpe fra et eventbyrå. Ingen av våre butikker eller spisesteder var involvert i dette. Vi tar aldri betalt for aktiviteter som skjer på senteret. De er alltid gratis, uansett om det er for barn eller voksne. Det er Citycon Herkules som dekket alle kostnadene.

Med vennlig hilsen

Nina Merete Eriksen

Markedskoordinator | Marketing coordinator
HERKULES

nina.eriksen@citycon.no

Mob: +47 99 22 53 58

Ulefossveien 32, 3730 SKIEN

 **CITYCON**

www.citycon.no

4. MFUs vurdering av klagen:

MFUs retningslinjer er utformet med tanke på markedsføringstiltak av konkrete produkter som omfattes av MFUs produktliste jf pkt 2. *Forbud mot markedsføring overfor barn*
Markedsføring av produkter, som er omfattet av produktlisten, skal ikke være særlig rettet mot barn under 13 år. Med markedsføring menes salgsfremmende tiltak. (Utvalgets utheving)

Klagen gjelder annonseringen av Barnas Matdag fra Citycon Herkules senter. Arrangementet hadde aktiviteter som sukkerspinn, glaserte epler, sjokoladefontene, popcorn og "snow glow", og annonsen hadde bilder av barn som spiste de aktuelle produktene. Utvalget oppfatter informasjonen fra Citycon Herkules slik at de aktivitetene/produktene som inngikk i arrangementet Barnas Matdag ikke ordinært omsettes av Citycon Herkules eller av butikker som er lokalisert på senteret. Aktivitetene ble brukt som attraksjoner for å få barn (og foreldre) til å komme til kjøpesenteret. Aktivitetene var gratis for deltagerne. Det var et eventselskap som organiserte aktivitetene og som gjorde det etter avtale med Citycon Herkules.

I MFUs retningslinjer pkt 1 er formålet med ordningen formulert slik jf 1. *Formål*
Markedsføring av mat og drikke bør søke å bidra til et balansert og variert kosthold. Eksempelvis bør ikke markedsføring oppmuntre eller oppfordre til overforbruk. Bransjen skal fremme salg av sunne produkter.

I den foreliggende klagen er avbildning av ulike typer sukkerholdige aktiviteter benyttet som trekkplaster i annonser i lokalpresse, på egne facebooksider og på enkelte nettsteder. MFU mener at Barnas Matdag utvilsomt er en aktivitet særlig rettet til barn. Sett i lys av formålet med MFUs retningslinjer, er valg av aktiviteter som ble gjort for å markedsføre arrangementet, svært uheldig.

Aktiviteten er ikke direkte knyttet til konkrete produkter som omsettes på senteret, men regnes trolig som indirekte reklame. Dersom kjøpesenteret betraktes som «produktet», og man ønsker å oppfordre barn til å besøke senteret, har ikke kjøpesenteret et direkte siktemål om å fremme salg av de omtalte produktene. Kjøpesenteret benytter seg imidlertid av produktene for å fremme salg av andre varer og tjenester, her selve kjøpesenteret. MFU tar til etterretning at Citycon Herkules uttrykkelig har bekreftet at man ikke vil gjenta Barnas Matdag med de samme aktivitetene i fremtiden. Utvalget stiller seg også svært positive til at fremtidige aktiviteter vil fokusere på et mer balansert, sunt og bærekraftig innhold og velger å ikke ta stilling til hvorvidt den aktuelle aktiviteten faller inn under retningslinjenes virkeområde i denne saken.

Vedtaket er enstemmig.

120118

